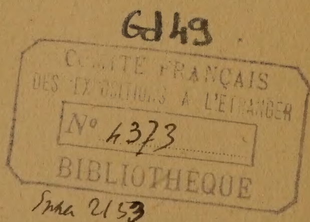


LA SOCIÉTÉ DES ARTISTES DÉCORATEURS AUX INDUSTRIELS FRANÇAIS

APPEL
ADRESSÉ PAR LE COMITÉ DE LA SOCIÉTÉ DES ARTISTES DÉCORATEURS A MM. LES INDUSTRIELS D'ART FRANÇAIS



PARIS 1909

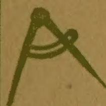


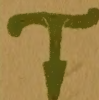
La Société des Artistes décorateurs aux Industriels français

Monsieur,

Les temps sont anciens déjà et presque oubliés où industriels et artistes se regardaient mutuellement comme des adversaires. Ils comprennent aujourd'hui que leurs intérêts sont communs et que chacun dans son rôle distinct n'est que le collaborateur de l'autre.

A l'exception de quelques artistes, créateurs d'objets uniques et qu'ils exécutent complètement, le décorateur ne peut rien sans l'industriel, c'est-à-dire sans le chef de fabrication dont les ateliers organisés lui permettent de réaliser pratiquement sa conception, sans le capitaliste qui peut exposer les frais souvent considérables d'établisse-







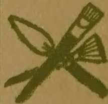

ment de modèle, sans le commerçant qui saura présenter l'œuvre à la consommation et la répandre. Réciproquement l'industriel ne peut rien sans l'invention de l'artiste.

Mais il faudrait que leur collaboration fut plus étroite et qu'au lieu de naître seulement du hasard ou de la nécessité des circonstances, elle devînt spontanée et volontaire.

Cette entente cordiale, il serait désirable de la voir se fonder surtout sur le programme artistique à réaliser. Mais c'est là justement que réside le dernier motif de division. Les artistes dans leur légitime désir d'être des créateurs cherchent des styles nouveaux alors que les industriels restent généralement attachés aux styles du passé.

Le conflit n'est pas insoluble.

Le commerçant prétend sa clientèle hostile à toute rénovation, mais ne pourrait-il, s'il le voulait, employer l'influence qu'il possède sur l'esprit de son acheteur pour modifier ses goûts? A cela il nous répondra, avec quelque justesse apparente, qu'il a un intérêt





tout contraire et qui est d'écouler les produits déjà fabriqués de ses magasins. Ce n'est pas la principale objection qu'en réalité l'industriel adresse à l'art moderne. La vérité est surtout qu'en vendant des œuvres copiées sur celles de nos musées, d'une beauté « officiellement » reconnue, il est assuré de ne pas commettre d'erreur. Car tel est le bénéfice des objets anciens, que fussent-ils même d'une ridicule laideur, ils gardent toujours au moins ce charme d'être des choses surannées.

L'art moderne, au contraire, exige de la part de l'industriel, avec un goût très personnel, des efforts multiples à la fois pour choisir dans l'abondance de la production artistique les œuvres les plus intéressantes et pour convaincre le public de leur beauté. Tâche, certes, incomparablement plus difficile !

Il devient cependant nécessaire, urgent même que nos industriels consentent à la remplir.

Dans d'autres pays depuis plus de dix ans déjà, artistes et industriels se sont unis pour créer des styles nouveaux.

En 1900, à chacune des expositions internationales, à Saint-Louis, à Liège,

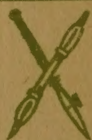


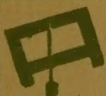





à Milan, enfin à Munich nous avons été vivement étonnés des remarquables ensembles d'art moderne qu'ils réalisent. Pensons-nous continuer à soutenir longtemps vis-à-vis d'eux notre ancienne réputation en leur présentant éternellement des copies de nos musées? Ne nous ferons-nous toujours honneur que du talent de nos ancêtres? Consentirons-nous à n'être plus regardés que comme un peuple de mouleurs et de copistes? Non, il faut que la France ne déroge pas à sa renommée séculaire d'être une nation de créateurs et reconquiert en art décoratif la première place qui lui était jadis incontestée.

Mais ce n'est pas encore seulement par raison « sentimentale et patriotique » que l'industriel doit encourager les styles modernes, c'est parce qu'il y va de son intérêt et le plus immédiat. Il n'est plus vrai aujourd'hui que le public les tienne en mépris. Au contraire, il les goûte de plus en plus et par un mouvement d'ailleurs fatal, puisqu'il naît de notre besoin de nouveauté! Aussi l'industriel français peut-il craindre, très prochain, le jour

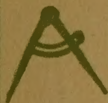


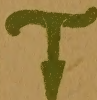


où sa clientèle entièrement « saturée » se refusera à absorber davantage un éternel Louis XVI. Déjà les nouveaux styles ont pénétré dans nos demeures, d'abord timidement par le cottage, la maison de campagne, puis par les pièces les plus simples de nos appartements : antichambre ou cabinet de travail ; maintenant ils y ont définitivement pris place à côté des styles anciens. Mais où le public achète-t-il ces œuvres nouvelles puisque nos industriels pour la plupart se refusent à en vendre? Rarement, par commandes spéciales à quelques artistes, beaucoup à des maisons de nationalité étrangère. Là est justement le plus grave danger. Il suffirait pour s'en bien convaincre de dresser la liste des maisons allemandes, anglaises, belges, autrichiennes, de décoration exclusivement moderne ouvertes à Paris.

Nous comptons pour le meuble vingt maisons, l'orfèvrerie huit maisons, les tissus dix maisons, la céramique cinq maisons, etc. Enfin combien de fabriques étrangères n'ayant pas de succursales à Paris y possèdent cependant des dépôts importants!

En regard, au contraire, combien de maisons françaises ayant une vente








nous ne dirons pas exclusive mais seulement régulière d'art moderne pouvons-nous opposer ? à peine trois ou quatre dans chaque branche de nos industries d'art.

L'heure n'est donc plus de répéter avec les discours officiels : « La France impose son goût au monde ». Nous ne devons pas nous le dissimuler : c'est en grande partie l'étranger qui fournit à Paris son art décoratif moderne !

Il y a plus encore, et c'est là un fait qui ne peut laisser indifférent l'industriel même le plus réfractaire à toute rénovation : l'étranger nous envoie en abondance des œuvres de style. Puisqu'il suffit de copier, ne lui est-il pas tout aussi facile qu'à nous de faire du Louis XV et du Louis XVI. Comme il le fabrique à bas prix, la main-d'œuvre n'étant nulle part aussi chère qu'en France, (par suite il est vrai d'une excellente exécution) ; sa concurrence devient pour le commerce français des plus dangereuses. Les exportations d'œuvres d'art diminuent, les importations augmentent. Comment lutter utilement ?







D'aucuns parmi les industriels pensent indiquer cette solution pratique: « Puisque l'étranger, disent-ils, est parvenu à fabriquer très parfaitement et à meilleur marché que nous du Louis XV et du Louis XVI, abandonnons ces styles pour lesquels d'ailleurs, l'engouement commence à s'épuiser, et mettons à la mode un nouveau style ». Le raisonnement est juste dans ses prémisses mais le malheur est qu'en conclusion ils proposent et fort sérieusement comme nouveau style à lancer, les uns le style... gothique, les autres le Louis XIV.

Il semblerait peut-être plus logique de chercher des styles qui ne fussent ni du XIIIe ni du XVIIe, mais vraiment du XXe siècle. Les nations étrangères se mettront tout aussi bien que nous à la fabrication de n'importe quel style du passé sur lesquels elles possèdent dans leurs bibliothèques et leurs musées tous les documents nécessaires. Leur concurrence restera donc aussi active. Puisque nous ne pouvons lutter avec eux sur le bas prix de la fabrication, essayons de l'emporter par plus de goût. C'est dit-on une qualité éminemment française. Utilisons donc






ce génie particulier de notre race, pour créer des œuvres dont la beauté étant toute nouvelle sera moins facilement imitable.

Au surplus les œuvres de style ancien même chez nous se trouvent très « galvaudées » parce que tombées dans le domaine public chacun peut les reproduire comme il lui plaît. Ce danger ne serait plus à craindre pour une œuvre de style moderne défendue quant à elle contre toute imitation, par la loi qui protège la propriété artistique de son auteur.

A ces fins, que les industriels fassent appel aux artistes. Les talents ne leur manqueront point. Si autrefois sous le nom d'art nouveau les décorateurs ont pour parler vulgairement « jeté leur gourme », ils se sont depuis pleinement assagis. Leurs productions actuelles, empreintes de distinction et de logique, ne rappellent en rien les extravagances primitives. Aujourd'hui, maîtres de leur talent et de leurs techniques, ils sont tout près à réaliser les styles modernes français.

Il faut peu de chose pour y atteindre; il suffit qu'industriels et artistes s'unissent dans une action commune. Cette







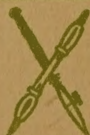

alliance seule sera féconde et capable de sauver la situation actuelle. L'exemple de nos voisins, des Allemands par exemple, est là pour nous montrer les grands résultats qu'on en peut espérer.

Nous souhaitons donc que les industriels deviennent les éditeurs des artistes et leur commandent des modèles de meubles, de cristaux, de céramiques, de dentelles, d'étoffes, ... enfin des ensembles complets de décoration moderne qui seraient exposés au Salon de notre Société.

Peut-être n'est-il réservé qu'à quelques-uns de faire de pareilles tentatives mais tous, au moins dès à présent, peuvent soutenir nos efforts en s'inscrivant à notre société comme membre associé et comme membre honoraire.

L'autorité de leurs noms portés dans notre annuaire nous sera précieuse.

Déjà depuis de nombreuses années les grandes sociétés de l'Union centrale des Arts Décoratifs, d'Encouragement à l'art et à l'industrie, et plus récemment du comité français des Expositions à l'étranger se sont directement




et vivement intéressées aux travaux des décorateurs. Elles ont tout particulièrement accordé leur aide à notre société et, nous en avons l'assurance, la lui continueront dans l'avenir.

Mais il est désirable aujourd'hui que nous trouvions des appuis nombreux et qui ne soient pas seulement des témoignages de bienveillance ou de générosité. Il faut que tous les industriels, comprenant que le mouvement moderne n'est pas simplement un caprice esthétique mais répond à des besoins pressants et à une nécessité actuelle, se solidarisent avec les artistes et collaborent activement à la rénovation de l'art décoratif français, et à la création des styles du xxe siècle.



Envoyer toutes demandes de renseignements à M. René Guilleré, *secrétaire général, avenue de Saxe, 59, Paris-7e, ou à* M. Geo Lamothe, *secrétaire administratif, 4, rue de Tocqueville, Paris-17e.*

G. KADAR Paris.